

Distr.
RESTRINGIDA

LC/R.786
16 de agosto de 1989

ORIGINAL: ESPAÑOL

C E P A L

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

PROPUESTA PARA CREAR LA EMPRESA DE PROMOCION Y
COMERCIALIZACION INTRARREGIONAL DE PRODUCTOS E
INSUMOS DEL SECTOR MINERO-METALURGICO DE
AMERICA LATINA Y EL CARIBE */

*/ Este documento fue preparado por el señor Rodolfo Hoffmann, Consultor de la División de Recursos Naturales y Energía de la CEPAL. Las opiniones expresadas en este trabajo son de la exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

Este trabajo no ha sido sometido a revisión editorial.

Indice

	<u>Página</u>
SINTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	1
I. INTRODUCCION	9
II. LA SITUACION DEL COMERCIO INTRARREGIONAL DE PRODUCTOS MINERALES, METALES EN BRUTO, MANUFACTURAS Y SEMI- MANUFACTURAS DE BASE MINERA	17
III. ACTIVIDADES DE UNA EMPRESA DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS E INSUMOS DEL SECTOR MINERO-METALURGICO LATINOAMERICANO EN LOS CAMPOS DE LA INFORMACION COMERCIAL, FINANCIACION DE EXPORTACIONES, COMERCIALIZACION Y BOLSA DE METALES	32
1. Información Comercial	34
2. Comercialización Externa	38
3. Financiamiento de Exportaciones	42
IV. ESTATUTOS DE LA EMPRESA DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS E INSUMOS DEL SECTOR MINERO-METALURGICO LATINOAMERICANO	50
Notas	58

SINTESIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este trabajo contiene una propuesta para crear en la región una empresa de promoción y comercialización de productos e insumos del sector minero-metalúrgico latinoamericano.

Después de examinar variadas informaciones sobre el desarrollo del sector y considerar antecedentes estadísticos del comercio intrarregional, se ha concluido que hay espacios suficientes para efectuar una adecuada sustitución regional de productos mineros que se comercializarían entre los países latinoamericanos, en volúmenes y valores significativos. En esta perspectiva se ha planteado la creación de una empresa de promoción y comercialización cuyo objetivo principal será contribuir a la expansión del intercambio comercial intrarregional.

América Latina ha experimentado amplios progresos en el campo industrial y en la actualidad cuenta con una compleja y moderna infraestructura manufacturera que le ha permitido producir bienes con mayor grado de elaboración y así acceder a mercados más competitivos. Junto con ello ha conseguido una experiencia exportadora que le ha posibilitado lograr dicho acceso a los mercados internacionales.

Para continuar con el avance de las manufacturas de base minera, es necesario mantener un dominio sobre la capacidad instalada de fundición y refinación ya que con ello se determina la posición competitiva. De allí la importancia de acentuar el procesamiento regional de minerales, metales y, en general, de productos semielaborados de base minera.

Como en ciertos casos los productos más elaborados se enfrentan a situaciones proteccionistas en los mercados de los centros industrializados, resulta conveniente privilegiar el mercado regional y desarrollar una organización comercial que sea eficaz para

encargarse de la comercialización externa y distribución de los productos latinoamericanos.

El documento que contiene la propuesta de creación de la empresa de promoción y comercialización incluye un capítulo dedicado a los estatutos de la organización. Al divulgarse el trabajo, se espera recibir comentarios al respecto y así completar la propuesta considerando los puntos de vista de los sectores público y privado interesados de la región. En todo caso, hay que señalar que desde el inicio del trabajo la empresa se ha concebido como un instrumento orientado a dar respuesta a las necesidades del comercio exterior correspondiente al desarrollo minero latinoamericano. Por ello, en los estatutos se han proyectado planteamientos que corresponden a sugerencias de los sectores público y privado sobre las actividades de la empresa a fin de que ellas estimulen y favorezcan el desarrollo de la actividad minera de la región. Antecedentes dados a conocer en diversos foros, en que han participado representantes de los sectores señalados, han permitido recomendar la ejecución de ciertas funciones de la empresa que permiten satisfacer las necesidades planteadas en las reuniones.

Otros capítulos del documento se refieren a las actividades principales de la empresa y al examen del cuadro de situación del intercambio regional de productos del sector minero.

A continuación, se detallan en forma sintética algunos aspectos relevantes del trabajo y de la propuesta que se recomienda en el documento.

1. Los países latinoamericanos enfrentan en el sector externo, y en particular, en el campo del comercio exterior, condiciones que les son adversas para impulsar el desarrollo económico y social de la región. Tales condiciones dan lugar a situaciones de inestabilidad y vulnerabilidad que se reflejan en las cuentas externas con resultados que restringen las posibilidades plenas de desarrollo y acentúan la delicada posición de deuda externa que mantienen los países de la región con los acreedores del mundo industrializado.
2. Los antecedentes disponibles permiten señalar que, en general, los países latinoamericanos han tenido escasa gravitación en la

comercialización externa y distribución de sus productos de exportación.

También las estadísticas referidas al intercambio intrarregional dejan en claro la existencia de amplias posibilidades de sustitución regional en la actividad minera con lo cual se visualiza una elevada potencialidad de desarrollo del comercio recíproco latinoamericano.

3. En las actuales condiciones en que se desenvuelve el sistema comercial internacional, cargado de imperfecciones, es difícil que los exportadores latinoamericanos puedan influir sobre las restricciones imperantes a fin de penetrar los mercados externos con sus productos, especialmente, en el caso del acceso a los centros industrializados.

Las empresas medianas y pequeñas, carecen de una infraestructura adecuada para impulsar las ventas externas y con ello ven limitada la posibilidad de desarrollar exportaciones.

4. La creación de una empresa de promoción y comercialización de productos mineros, abierta a la participación de los sectores interesados --público y privado-- aparece como una respuesta positiva para enfrentar las condiciones del sistema de comercio mundial. La empresa constituye un instrumento que podría operar con volúmenes cuantiosos de comercio y con una gran diversidad de productos. Esta dimensión económica proyectada y su capacidad de importación, le otorgarían un poder de negociación comercial que los agentes exportadores latinoamericanos, medianos y pequeños, difícilmente podrían lograr.

Al alcanzar una dimensión operativa que sea significativa, la empresa propuesta estaría en condiciones de contrarrestar la posición de influencia que mantienen las empresas comerciales transnacionales sobre la comercialización externa y distribución de productos latinoamericanos.

Como es de esperar, su operatoria en el comercio internacional deberá corresponder a una gestión administrativa ágil y flexible, basada en el manejo de una gran cantidad de información y antecedentes comerciales. Así se podrán adoptar decisiones oportunas y eficientes basadas en la utilización de técnicas y equipos modernos de computación e informática.

5. Las funciones responden a necesidades planteadas por los sectores interesados de la actividad minera en diversos foros y reuniones relativas al fortalecimiento del desarrollo de esta actividad. Ellas consideran variadas acciones para la empresa las que se resumen en:

i) Promoción y comercialización de productos en el marco del intercambio comercial intrarregional.

ii) Labores de divulgación de informaciones sobre oportunidades comerciales.

iii) Administración de la bolsa de minerales, metales y otros productos de base minera o de bienes para el desarrollo de la actividad.

iv) Fomento de nuevas modalidades de comercio, en particular de transacciones correspondientes al intercambio compensado.

v) Impulso de acciones orientadas a lograr una mayor integración vertical de las actividades mineras.

vi) Examen de posibilidades efectivas de complementación industrial del sector.

vii) Promoción de acciones conjuntas de inversiones y desarrollo tecnológico.

viii) Preparación de la oferta exportable de manufacturas de base minera, metales y minerales a fin de asegurar el mejor proceso de sustitución regional y el desarrollo armónico del intercambio intrarregional.

En este sentido, el mercado regional constituye una prioridad para la estrategia de comercialización de la empresa. En este esquema, se podrán organizar y efectuar negocios de exportación e importación bajo modalidades del comercio compensado con lo que a la vez, se obtiene un ahorro de divisas y se impulsa el intercambio intrarregional. Estas operaciones pueden corresponder a contratos entre empresas privadas, mixtas y acuerdos con gobiernos.

En el desarrollo de las actividades de la empresa propuesta, las unidades económicas medianas y pequeñas del sector minero, encontrarán que el mecanismo propuesto constituye un canal eficaz para apoyar el desarrollo incipiente pero potencialmente importante de las exportaciones. Igualmente se verán favorecidas por una organización

comercial que facilita sus necesidades de importación, especialmente, de insumos y equipos.

6. Para dar cumplimiento a las actividades descritas, la empresa propuesta deberá contar con un financiamiento adecuado que se ha programado obtener mediante la suscripción de acciones. Por los comentarios recogidos en los países latinoamericanos, se estima que en el proceso de adquisición de acciones --que da lugar a la participación en la empresa-- estarían interesadas las empresas y los organismos de los sectores público y privado. También los organismos financieros nacionales, subregionales y regionales junto con entidades internacionales que operan en el sector minero y posiblemente organizaciones financieras internacionales, podrían tener interés en participar en la empresa a través de la adquisición de acciones de otro tipo, que se establece en los estatutos para esta clase de entidades.

En cuanto a la emisión de acciones, se han considerado tres tipos o categorías; clase "A", "B" y "C", según sean organismos y empresas de los países de la región abocados al desarrollo de la actividad minera, entidades financieras y organizaciones de fuera de la región.

Se estima conveniente que sólo los accionistas de la empresa de promoción y comercialización tengan derecho a recibir las facilidades de comercialización externa, a utilizar las informaciones y antecedentes comerciales de que dispone la empresa, y a formar parte de los interesados en importar insumos y bienes de capital que la empresa puede negociar favorablemente en el mercado internacional con beneficios para ellos.

La participación conjunta de las empresas señaladas anteriormente y de los organismos referidos que adquirirían acciones tiene la ventaja de contribuir a la creación de una red comercial-financiera de interdependencia. Ello puede estimular la aparición de conductas orientadas a impulsar las transacciones comerciales, financieras y de inversiones dentro del mercado regional.

7. También se ha considerado que la empresa propuesta podrá impulsar el proceso de integración vertical o contribuir a su progreso de modo de lograr una mejor asignación de recursos en la actividad minera regional. Con ello se puede alcanzar una sustitución

competitiva para así incorporarla al intercambio intrarregional y fortalecer la expansión del comercio recíproco a través de la empresa propuesta. En esta perspectiva, la empresa administrará el Fondo Regional de Integración Minera (FRIM), que aprovechará financieramente las Garantías Uniformes Mineras (GUM), que se recomienda establecer, no utilizadas en el comercio intrarregional de productos mineros.

8. Entre las funciones de la empresa propuesta se ha considerado que lleve a cabo una importante iniciativa para la región. Ella se refiere a la organización y administración de la Bolsa Regional de Minerales y Metales (BREM). Allí se transarían productos mineros, metalúrgicos, semielaborados, elaborados, incluso maquinaria y equipos e insumos para uso del sector minero-metalúrgico. El reglamento correspondiente fijará el horario de las transacciones, señalará los productos y los agentes intervinientes. También el reglamento dictará normas sobre las modalidades de pago de las transacciones y de la compensación en acuerdo con los Bancos Centrales. Así se podrán establecer las condiciones por las cuales se regirán las Garantías Uniformes Mineras (GUM) que constituyen documentos de valor correspondientes a los saldos acreedores resultantes del comercio compensado.

9. Es claro que en ciertos campos las actividades propuestas para la empresa vendrán a complementar y a perfeccionar acciones que ya efectúan entidades y empresas de los sectores público y privado, así como organismos regionales e internacionales. Con tal motivo se requiere de una estricta coordinación en varios planos y referida a diversas materias.

Por las actividades mismas a desarrollar, la empresa deberá estar estrechamente conectada con los organismos responsables de las políticas de promoción de exportaciones. Como se sabe, una gran parte de los países de la región han puesto en aplicación políticas de fomento a las exportaciones contando con incentivos de carácter tributario, arancelario, financiero, cambiario y otros mecanismos de apoyo que benefician a las exportaciones no tradicionales, particularmente, a las de manufacturas. Estos estímulos se conceden sin distinción respecto del destino de ellas de modo que el

intercambio intrarregional, principal objetivo de la empresa, no se ha visto favorecido especialmente por estas políticas. En este plano, es necesario coordinar esfuerzos para que la empresa se beneficie de los incentivos que estimulan el proceso de exportación. A la vez, es conveniente adoptar acciones concertadas en materia de información comercial, concurrencia a ferias y exposiciones internacionales, estudios de la oferta exportable y otras que contribuyan a la elaboración de una estrategia de comercialización para beneficio de las acciones operativas de la empresa propuesta.

También en el campo de la integración económica regional la empresa deberá considerar una coordinación especial con los órganos y comités responsables del proceso. Hay diversas materias que interesan a la empresa y respecto de las cuales sus decisiones deben considerar ponderadamente la acción de los organismos de integración, como ser: inversiones conjuntas, procesamiento regional, situación arancelaria y preferencias, información comercial, aspectos financieros y otros. Por ello deberá mantener una relación amplia con las entidades responsables del proceso de integración regional, como ser, con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la Corporación Andina de Fomento (CAF), el Mercado Común Centroamericano (MCCA) y CARICOM.

En el caso de los organismos financieros nacionales, subregionales y regionales su relación es fundamental para facilitar el proceso operativo comercial de la empresa. Sería recomendable que los sistemas nacionales concedieran los beneficios del financiamiento de exportaciones y de producción o inversión a las operaciones y transacciones de la empresa cuando consideran bienes y servicios del respectivo país.

Con el Organismo Latinoamericano de Minería (OLAMI) se sugiere mantener acciones de coordinación para aprovechar las labores que desarrolla el organismo en los campos de inversión, tecnología y producción, que sean útiles para el diseño de la estrategia de comercialización externa de la empresa propuesta.

No está demás indicar que es recomendable que la empresa estreche relaciones con aquellos organismos internacionales que llevan a cabo actividades de fomento del sector minero, sean éstas de carácter

financiero, tecnológico, de producción, y de comercialización. Esta vinculación resulta de utilidad ya que le permite a la empresa estar compenetrada con nuevas técnicas, adelantos científicos y otras iniciativas similares que se promueven en la actividad minera internacional.

I. INTRODUCCION

La disminución de la vulnerabilidad externa de los países de la región constituye uno de los propósitos principales del proceso de desarrollo económico latinoamericano. Es un hecho suficientemente conocido el que las relaciones económicas internacionales establecidas con los centros industrializados originan situaciones de inestabilidad que afectan desfavorablemente al crecimiento de la economía regional.

Los efectos negativos que traen consigo dichas relaciones configuran diversos desequilibrios que se reflejan en los resultados de las cuentas externas. Con ello, y a través de la red de vinculaciones de la economía, las consecuencias desfavorables se transmiten a todo el sistema económico.

El deterioro casi permanente de los términos del intercambio y el severo proteccionismo de los centros generan condiciones que perjudican el desarrollo de las exportaciones de los países de la región y, en última instancia, deterioran sus posibilidades de crecimiento económico. 1/ Estas condiciones de inestabilidad están insertas en las relaciones del intercambio comercial externo que se establecen con los centros.

Las variaciones de los precios de los productos de importación de América Latina, que generalmente presentan una tendencia al alza y las de los de exportación que conllevan el deterioro sistemático para los productos básicos, han configurado una limitante permanente para el desarrollo regional. Ello, junto al difícil acceso que encuentran las manufacturas latinoamericanas para ingresar a los mercados externos constituyen hechos de periódica ocurrencia que restringen las posibilidades de crecimiento de la economía regional.

Lo señalado caracteriza las relaciones en el plano del comercio internacional. De otro lado, particularmente en los últimos años, también el efecto negativo ha alcanzado a las relaciones financieras

externas, las cuales se han deteriorado severamente en contra de los países de la región.

El volumen del endeudamiento externo se ha acrecentado notablemente, y así, en períodos de alzas de tasas de interés los servicios de la deuda externa captan parte importante de los ingresos de exportación, lo que coloca a los países latinoamericanos en posiciones difíciles, para hacer frente a los compromisos externos. Se agrega a ello las recesiones económicas de los centros que acentúan esta condición negativa ya que se dificulta el incremento de los ingresos en moneda extranjera que reciben los países latinoamericanos que son necesarios para afrontar los pagos por servicio de la deuda, debido a las restricciones generales que sufren las exportaciones. Cuando así ocurre el expediente de la renegociación de la deuda externa los ubica todavía en peor posición frente a las entidades financieras de los centros, que constituyen las unidades acreedoras de los países de la región. El flujo de capitales, en particular los préstamos externos requeridos para la operación y progreso de la economía se detiene o restringe a la espera de los resultados de los procesos de renegociación de la deuda externa, reanudándose posteriormente.

Hay que tener presente que las fuentes de los recursos del endeudamiento externo se modificaron, sustituyéndose principalmente por la banca comercial internacional. Las organizaciones financieras internacionales y las entidades de gobierno que antaño jugaron un papel fundamental como proveedoras de recursos financieros para el desarrollo han perdido importancia en el cuadro de las relaciones financieras con los centros. Como es natural las condiciones de los préstamos concedidos por la banca presentan características diferentes, excluyendo cualquier aspecto concesional. Corresponden a tasas de interés más elevadas y a plazos breves con lo cual se presentan como financiamientos inadecuados para actividades de desarrollo que, como en el caso de la minería, requieren de plazos largos atendido su período de maduración.

En estas condiciones los países de la región han debido ajustar en ciertos casos, aunque fragmentariamente, sus políticas del sector externo. Algunos países han acentuado la promoción de las

exportaciones no tradicionales; otros han formulado políticas cambiarias realistas como único instrumento para lograr el ajuste. También algunos han revisado las normas legales que regulan la inversión extranjera. El mercado regional se tiende a privilegiar aunque débilmente por otros, y se buscan nuevas modalidades de intercambio comercial, como por ejemplo, el comercio compensado. 2/

Los efectos de la reciente crisis en el sector externo latinoamericano obligan a reflexionar sobre la conveniencia de acentuar algunas de las medidas señaladas en un esquema más integral que cubra varios aspectos principales, que inciden en las cuentas externas. En este sentido, la priorización del mercado regional constituye un medio eficaz para disminuir la vulnerabilidad externa y proseguir con el desarrollo económico latinoamericano.

Este mecanismo posibilita efectuar la sustitución regional, particularmente la de manufacturas con base minera. Ella se podría efectuar en condiciones competitivas internacionales lo que asegura un incremento sostenido del comercio intrarregional mediante aumentos de producción. Al promover el intercambio comercial entre países de la región se logra, un doble objetivo, de inmediato. Por un lado, se consigue un impulso adicional al interno que contribuye a fomentar el proceso de industrialización, orientado a la exportación. Por otro lado, se obtiene un ahorro de divisas convertibles que resulta significativo para los países. Ello se logra a través de la utilización de los instrumentos de pagos con que cuenta la región.

En esta perspectiva orientada a promover el comercio recíproco hay que tener presente que los centros industrializados perjudican el desarrollo de las exportaciones de manufacturas de países latinoamericanos, entre otras las de base minera, al aplicar un escalonamiento tarifario de acuerdo con la etapa de procesamiento. Las informaciones señalan que ello ocurre especialmente en los casos de manufacturas con base en el aluminio, cobre y hierro. 3/ En cambio en el mercado regional se podría configurar una situación opuesta a la comentada de modo que es necesario insistir sobre las ventajas de fomentar el intercambio comercial intrarregional.

Otro aspecto que es importante destacar en relación con lo recién comentado se refiere al escaso grado de procesamiento regional

a que se someten los minerales y las materias primas derivadas, y en general, los recursos naturales de los países latinoamericanos.

El mercado regional brinda la posibilidad de intensificar el procesamiento regional, en un esquema de desarrollo industrial, y constituye una base principal para que los países latinoamericanos enfrenten la competencia internacional en condiciones favorables. En este esquema se verifica la necesidad de una intensificación de la integración vertical.

En otro plano, con la expansión del comercio recíproco, se pueden originar acciones encaminadas a impulsar inversiones conjuntas y a compartir tecnologías modernas que favorecen el proceso de desarrollo regional.

En este contexto se inscriben los esfuerzos orientados a promover el desarrollo del sector minero latinoamericano. En particular, las acciones tendientes a perfeccionar el desarrollo de sus exportaciones no tradicionales y así robustecer el intercambio comercial intrarregional.

En general, las exportaciones de los productos mineros no han formado parte de las políticas de promoción de exportaciones que algunos países de la región aplican desde los inicios de los años sesenta. 4/

Las exportaciones de estos productos han evolucionado sin recibir los apoyos de estas políticas, si bien algunas manufacturas de base minera podrían haber sido incentivadas mediante los mecanismos de fomento. Tampoco se ha contado con elementos positivos en las políticas económicas que favorezcan sus exportaciones para que así el desarrollo de ellas se efectúe en condiciones de estabilidad, característica que es básica para la expansión de este tipo de comercio de exportación.

Tampoco los minerales y metales han merecido preocupación preferente en las rondas de negociación del GATT. En cambio, otros productos básicos del tipo agrícola o productos tropicales han contado con la formación de comisiones y grupos especiales dedicados a examinar sus situaciones en el comercio internacional. 5/

La colocación de los productos mineros en los mercados externos ha estado a cargo de grandes empresas transnacionales, y la evolución

de las ventas externas corresponde a las condiciones de las economías de los centros industrializados. Con ello la inestabilidad del crecimiento económico de los centros se refleja en los precios y volúmenes de comercio de estos productos transmitiendo a la economía regional condiciones adversas, difíciles de controlar en el frente externo cuando se carece de la participación en los procesos de comercialización y distribución de productos. Tampoco dentro de la región los países han adoptado conductas o arreglos especiales tendientes a impulsar las corrientes de comercio de productos del sector minero en condiciones más estables que las que resultan en el caso de las ventas a terceros países.

No obstante, el sector y también sus exportaciones correspondientes continúan presentando una incidencia altamente significativa en la economía regional y en los ingresos por exportaciones que reciben los países latinoamericanos. En ciertos países, la participación de los productos mineros alcanza al 60% o 70% del valor total exportado, de modo que esa concentración condiciona una economía todavía más vulnerable a la inestabilidad externa.

Los esfuerzos de promoción y diversificación de las exportaciones orientados en parte a atenuar la vulnerabilidad externa han concedido apoyos e incentivos sólo a ciertos productos elaborados de base minera. En el actual cuadro de crisis de la deuda externa que viven los países de la región, el comercio de exportación juega un papel básico para fortalecer el desarrollo de las economías de los países latinoamericanos, por lo que debe recibir máxima prioridad.

En esta perspectiva se requiere estructurar nuevas modalidades y fórmulas que acentúen la expansión de las exportaciones, entre otras las del sector minero. Frente a las condiciones del comercio mundial ya comentadas, el mercado regional se presenta como un instrumento idóneo para la promoción de las exportaciones y para el desarrollo de las economías regionales. Por ello, es necesario conceder importancia a las transacciones del comercio intrarregional.

Las actividades mineras de los países latinoamericanos y del Caribe recibirían un notable impulso si sus producciones de minerales, metales y manufacturas de base minera pudieran acceder al mercado regional, con valores significativos y volúmenes cuantiosos. Las

estadísticas examinadas llaman la atención al hecho de la existencia de un amplio espacio que permitiría efectuar una importante sustitución regional. Los antecedentes permiten configurar un cuadro de perspectivas favorables hacia la sustitución regional, teniendo presente las cuantiosas reservas de variados minerales que poseen los países latinoamericanos junto a la disponibilidad de una capacidad de producción no utilizada y a los progresos de una experiencia exportadora positiva. Por ello, se estima que el proceso de sustitución y el consiguiente intercambio comercial intrarregional podría verificarse en condiciones competitivas en cuanto al precio, a la calidad y a la oportunidad de entrega.

Sin embargo, no se han observado manifestaciones, por parte de los países o de los sectores respectivos, que demuestren un interés especial por privilegiar el comercio intrarregional de productos de la actividad minera. Es necesario estimular conductas que den prioridad a este mercado para que así un flujo importante del comercio futuro de productos del sector minero se destine a los países de la región, mediante aumentos de producción efectuados en condiciones competitivas respecto del nivel internacional.

Entre las fórmulas encaminadas a fortalecer el intercambio comercial intrarregional se encuentra la propuesta de la creación de una organización promotora y comercializadora de productos e insumos del sector minero-metalúrgico, que administre la operación de una bolsa regional de minerales y metales. Las actividades que podría desarrollar la empresa irradian hacia varios campos que constituyen hoy en día prioridades del sector minero latinoamericano. Entre ellos destacan las labores de promoción de nuevos productos para el intercambio comercial sobre la base de coordinación con las políticas nacionales de fomento a las exportaciones; las de información comercial y de licitaciones internacionales junto a su divulgación correspondiente; las de comercialización con utilización de instrumentos del tipo de intercambio compensado; las de apoyo a la pequeña y mediana empresa a través de las actividades de comercialización y financiamiento; las de complementación industrial y fomento a las inversiones regionales; las orientadas a impulsar una

mayor integración vertical, un aumento del grado de procesamiento regional y la promoción del desarrollo tecnológico.

Como se sabe, en el campo del comercio exterior, los países latinoamericanos han anotado una dependencia fundamental de las grandes empresas transnacionales que han manejado la comercialización externa de los productos básicos. Los países de la región prácticamente no han tenido participación en los diversos aspectos y etapas de las ventas externas. De aquí la necesidad de contar con una empresa regional que cubra además los otros aspectos recién señalados que representan prioridades expresadas del desarrollo minero latinoamericano. Una empresa como la que se propone constituye un instrumento adecuado para impulsar el comercio intrarregional de productos del sector minero ya que se organizaría para disponer de la información comercial necesaria para la operación. Podría disponer de volúmenes interesantes para la colocación y adquisición de bienes. Se encontraría en posición de llevar a cabo modalidades no convencionales de comercio, como sería el caso del intercambio compensado.

Constituye también un mecanismo idóneo para canalizar las exportaciones de la mediana y pequeña empresa. Como se sabe estas unidades de producción no se encuentran organizadas para abordar con eficacia el acceso a los mercados externos, al carecer de informaciones comerciales, financiamiento y contar con volúmenes tan pequeños de producción que individualmente no inciden en el comercio internacional. La empresa de promoción y comercialización constituye una organización con posibilidades de manejar mayores volúmenes de comercio, por la adición de producciones de pequeñas empresas. Dispondría también de un sistema de información y financiación adecuados para adoptar las decisiones comerciales relativas al acceso a los mercados externos, a los embarques, la distribución, la negociación de contratos y otros aspectos de la comercialización externa.

Es fácil comprender que una organización de esta naturaleza se encuentra más capacitada para acceder a sistemas financieros internacionales que pequeñas unidades comerciales de exportación. En este sentido hay que tener presente que la financiación de

exportaciones constituye un factor principal para lograr el incremento del comercio regional, además de jugar un rol importante para aumentar la base productiva mediante la inversión de los proyectos. Por ello los esfuerzos tendientes a fortalecer el comercio recíproco futuro requieren de una adecuada participación de entidades financieras internacionales, regionales y nacionales. También la empresa de promoción y comercialización estará preparada para manejar la financiación requerida y la captación de nuevos recursos financieros.

En resumen, la empresa que se propone crear constituye una respuesta latinoamericana a las actuales condiciones y exigencias del comercio internacional en el cual participan grandes empresas transnacionales que operan con cuantiosos volúmenes de productos en las transacciones comerciales que se basan en el manejo de una gran cantidad de información comercial. Aprovechan su dimensión económica y comercial para lograr financiamiento y transportes adecuados que las ayudan a mantenerse en una sólida posición de competencia internacional.

II. LA SITUACION DEL COMERCIO INTRARREGIONAL DE PRODUCTOS MINERALES, METALES EN BRUTO, MANUFACTURAS Y SEMIMANUFACTURAS DE BASE MINERA

Para efectos de este trabajo se anotan ciertas características destacadas del cuadro del comercio intrarregional de productos mineros, incluyendo las manufacturas y semimanufacturas del sector. Se presentan algunas cifras estadísticas que reflejan situaciones que sugieren la posibilidad de expandir el comercio intrarregional mediante una adecuada sustitución regional que resulte competitiva respecto de terceros países. El propósito es ilustrar la existencia de oportunidades mayores de comercio a nivel regional.

1. Las estadísticas disponibles para los años 1985-1987 señalan que el intercambio comercial entre los países de la ALADI corresponde a un volumen de comercio que es significativo. El flujo comercial es creciente a lo largo del trienio considerado. La cifra del intercambio para 1987 supera levemente el valor de US\$1.200 millones. 6/

Con todo, el monto recién anotado sólo representa un 30% del total de las importaciones de los países de la ALADI si bien la participación de las adquisiciones zonales ha ido en aumento. El resto, 70%, corresponde a adquisiciones de productos del sector minero cuya procedencia es del resto del mundo.

La importación de estos bienes que proviene de países de fuera de la región asciende a valores que bordean los US\$2 800 millones para 1987, de modo que las posibilidades de comercio mediante la sustitución regional son amplias.

2. Los niveles importados aparecen como estables para los tres años examinados y los antecedentes revelan crecimientos anuales moderados. Se observa pues un cuadro de comercio dinámico.

Los datos señalan que el valor total de las importaciones asciende a casi US\$4.000 millones por año a lo largo del trienio 1985-1987, constituyendo el comercio de los productos mineros una porción interesante del comercio global de los países de la ALADI.

3. Las importaciones desde terceros países, fuera de ALADI, que corresponderían al monto del espacio de mercado que refleja las oportunidades de sustitución regional, están constituidas por los siguientes rubros, según cifras de 1987:

- Manufacturas y semimanufacturas	US\$2.229 millones
- Metales en bruto	US\$ 405 millones
- Minerales	US\$ 87 millones

Estos antecedentes llaman la atención respecto de los montos significativos de importación cuya procedencia corresponde a países del resto del mundo, excluidos los de ALADI, que podrían ser sustituidos por producción y exportación regional, si bien es necesario examinar con detalle las reales y efectivas posibilidades de sustitución dentro de los países latinoamericanos.

Los cuadros que siguen permiten visualizar la situación de las importaciones de países de la ALADI correspondiente al sector minero y observar el actual cuadro del intercambio valorando las posibilidades de sustitución regional y de crecimiento del comercio.

4. Teniendo presente las cifras anotadas debe formularse un examen más exhaustivo de las posibilidades ciertas de sustitución regional. En especial, con relación a las actividades de manufacturas y semimanufacturas ya que ellas corresponden a los rubros que aparecen con valores más significativos para promover una expansión interesante del comercio intrarregional.

En estas actividades, de acuerdo con las informaciones disponibles, se presentan situaciones de escasa utilización de la capacidad de producción instalada en países de la ALADI. Con ello, el espacio de mercado a sustituir resulta posible y es de gran interés para los países miembros ya que algunos han logrado sólidas posiciones competitivas respecto de ciertas manufacturas de base minera.

Es conveniente pues examinar la capacidad instalada para la producción minera y los excedentes correspondientes, dentro de los países de la ALADI. Así se podrá conformar una oferta exportable de

Cuadro 1

IMPORTACIONES DE PAISES DE ALADI EN PRODUCTOS MINEROS, METALES
SEMIMANUFACTURAS Y MANUFACTURAS DE BASE MINERA
(Valores CIF, miles de dólares)

Años	Compras totales	Compras a países de ALADI	Incidencia porcentual	Compras a países resto del mundo	Incidencia porcentual
1985	3 778,708	930,269	25%	2 848,439	75%
1986	3 896,424	1 047,275	27%	2 849,149	73%
1987	3 950,813	1 229,767	31%	2 721,046	69%

Fuente: ALADI, "Situación y Evolución del Comercio de los Principales Metales de los Países Miembros de la ALADI", diciembre de 1988. Cifras suministradas por los países.

Cuadro 2

IMPORTACIONES PAISES ALADI Y SU COMPOSICION
1985-1986-1987
(Miles de dólares CIF)

<u>Procedencia ALADI</u>				
Años	Metales en Bruto	Semimanufacturas y manufacturas	Minerales	Total
1985	342 530	386 600	201 139	930 269
1986	406 677	377 767	262 831	1 047 275
1987	506 667	407 333	315 767	1 229 767
Promedio	418 625	390 567	259 912	1 069 104

<u>Procedencia Resto del Mundo</u>				
1985	475 132	2 267 277	106 030	2 848 439
1986	429 490	2 336 469	83 190	2 849 149
1987	405 428	2 228 631	86 987	2 721 046
Promedio	436 683	2 277 459	92 069	2 806 211

Fuente: ALADI, datos suministrados por los países miembros, diciembre de 1988.

magnitud y en condiciones competitivas que desplace la adquisición de productos desde terceros países.

A este respecto, y en un enfoque más amplio pueden encontrarse situaciones como las que se indican a continuación, las cuales tienen que ver con posibilidades de comercio, oportunidades de inversión, de tecnología y de productividad. Ello plantea otras posibilidades de relaciones económicas entre los países del bloque de integración.

- a) Existe capacidad de producción no utilizada y los países de la región cuentan con una base tecnológica, infraestructura de apoyo, y una posición de competencia aceptable respecto de los precios, la calidad, las condiciones de embarque y del financiamiento de los bienes a exportar.
- b) No se dispone de capacidad de producción, lo que obliga a revisar los planes de inversión para la expansión futura de las industrias.
- c) No producen aquellos bienes que corresponden a las posibilidades de sustitución regional del comercio y difícilmente lograrán posiciones de competencia aceptable en ciertos rubros de producción.
- d) No se encuentran en condiciones de desviar comercio desde otros mercados hacia los de países de ALADI, debido a compromisos de contratos comerciales y otras condiciones.

En resumen, las oportunidades de sustitución del comercio regional pueden estar abiertas a los países de la ALADI, pero al interior de ellos, razones de producción, tecnología, inversiones y contratos establecidos pueden impedir, en ciertos casos, acelerar el crecimiento del comercio intrarregional. De aquí la necesidad de contar con un cuadro realista de la oferta regional exportable para ciertas líneas de manufacturas y semi-manufacturas con base minera.

En otros casos, las oportunidades de sustitución del comercio se harán efectivas, a condición que sean suficientemente divulgadas y conocidas por las empresas de los países de la región. Para ello es necesario disponer de un adecuado y oportuno sistema de información comercial, complementado con uno referido a la divulgación de las licitaciones públicas y privadas de la región. También será necesario que al interior de los países, se disponga de mecanismos que apoyen las exportaciones a los mercados de la ALADI. Entre estos mecanismos, cabe destacar que el financiamiento de las exportaciones y del

comercio, junto con la adecuada organización de las empresas para exportar, constituyen factores indispensables para lograr la expansión del comercio intrarregional. En otros casos la integración vertical y las inversiones conjuntas constituyen pasos previos para el aumento de la oferta exportable regional.

5. En este enfoque orientado principalmente a elevar el nivel del intercambio comercial intrarregional podrían sugerirse metas tentativas de incremento a fin de entregar una idea de las magnitudes envueltas en la expansión posible del comercio recíproco. Con ello, se puede presentar un cuadro de requerimientos y de acciones necesarias a seguir para lograr las metas presupuestadas. En particular, en lo relativo a ciertos aspectos y modalidades del comercio de exportación que resultan básicos para empujar el intercambio intrarregional.

Por ejemplo, el nivel actual del comercio recíproco cuyo valor asciende a alrededor de US\$1.200 millones, podría elevarse a US\$1.500 millones después del primer año de un trienio que contemplase metas anuales orientadas a impulsar acciones tendientes a fortalecer el comercio intrarregional. Luego, podría estimarse como meta por alcanzar un nivel de US\$1.900 millones para el segundo año, y después una meta cercana a los US\$2.400 millones para el tercer año. Con ello, al término del trienio considerado para fomentar la expansión del comercio intrarregional el valor actual del intercambio comercial de los productos del sector se habría duplicado.

Con dichas metas que se sugieren, las que no son difíciles de alcanzar según los antecedentes disponibles, la participación de las importaciones desde ALADI podría elevarse hasta un 50% de la importación total. Con ello no se afectaría mayormente a las adquisiciones provenientes de terceros países y todavía restaría un saldo apreciable de comercio a sustituir por exportación regional mediante incrementos de producción en los respectivos países, que resulten competitivos.

6. A fin de visualizar las opciones para conseguir el aumento posible del comercio intrarregional, es conveniente tener presente la existencia de una importante capacidad de producción no utilizada en el caso de las actividades de manufacturas y semimanufacturas, según

ya se indicó. En estos rubros, especialmente en los que tienen como base el cobre, hierro y bauxita, el nivel de las importaciones provenientes de terceros países asciende a US\$2.200 millones de modo que el tamaño del espacio de mercado para efectos de una posible sustitución regional con aumentos de la producción es enorme.

En el caso de las manufacturas y semimanufacturas de base minera las estadísticas revelan que los países de ALADI ya exportan valores significativos al mercado de la ALADI, reflejando así la existencia de una posición competitiva interesante en estos rubros. Los valores exportados a este mercado regional ya superan los US\$400 millones. Al disponerse, según se indicó de una capacidad de producción no utilizada en varios países de la región, se abren expectativas de comercio con base real que posibilitarían materializar la expansión propuesta del comercio recíproco.

En este sentido, corresponde realzar la existencia de una capacidad disponible de producción junto con una experiencia exportadora alcanzada en la región, la que ya no sólo se refiere a los bienes primarios. 7/

Ambos elementos que se encuentran en varios países latinoamericanos conforman una base fundamental para posibilitar el logro del crecimiento del comercio intrarregional. Asimismo, la amplia infraestructura industrial desarrollada dentro de los países constituye un elemento adicional que asegura el crecimiento de un intercambio comercial intrarregional en condiciones competitivas debido al avance generalizado de la industria en parte importante de los países de la región.

Se ha puesto el énfasis en la expansión de manufacturas y semimanufacturas a fin de lograr un mayor flujo del comercio intrarregional, por el hecho que su crecimiento resulta de especial beneficio para los países de la ALADI. Este se manifiesta en la exportación de bienes cuyas producciones responden a tecnologías avanzadas y procesos complejos que utilizan mano de obra calificada, lo que contribuye a acentuar la especialización de actividades y a elevar los niveles de productividad.

Resulta de interés destacar que los países latinoamericanos ya han logrado aumentos importantes en las ventas externas de productos

manufacturados que corresponden a procesos productivos que utilizan tecnologías cada vez más complejas. Tal es el caso de la exportación de tornos, motores, equipos médicos, elementos de centrales hidroeléctricas, material de transporte y otros bienes de capital, alcanzando hasta las exportaciones llamadas "plantas llave en mano".

Este tipo de exportaciones refleja la existencia de un nivel de competencia adecuado para penetrar los mercados externos.

Por otra parte, en la posible expansión del comercio intrarregional habría que considerar también aumentos en el caso de los metales en que las posibilidades de sustitución regional son del orden de los US\$400 millones, valor que corresponde a la importación anual proveniente del resto de países no ALADI.

Como referencia adicional cabe considerar la cifra relativa a la importación de minerales desde terceros países, fuera de la región, valor que asciende a US\$90 millones.

7. En cuanto al comercio de semimanufacturas y manufacturas de base minera, en el cuadro del intercambio intra-ALADI, se pueden formular algunas observaciones respecto de los compradores y de los productos, como una apreciación general de la situación comercial.

- a) Se observa una notoria concentración de países compradores en el caso del comercio de importación con países no ALADI, resto del mundo. Las cifras promedio para el trienio 1985-1987 revelan que México, Brasil, Venezuela y Colombia efectúan adquisiciones de productos mineros, cuyo valor conjunto representa el 77% del total de las importaciones de los países de la ALADI, proveniente del resto del mundo.

En cambio, al considerar las cifras de importaciones desde ALADI, para el trienio indicado, se observa un comercio más diversificado, un indicador de concentración más reducido que el anterior y una composición distinta de los principales países compradores. En este caso, Colombia, Argentina, Ecuador y Chile que son los principales compradores agrupan un valor de importación equivalente al 71% de las compras totales procedentes de países de ALADI.

A este respecto, es interesante señalar que se presenta en este caso un comercio más diversificado y que Brasil no adquiere nada

Cuadro 3

PRINCIPALES COMPRADORES
Promedio anual 1985-1986-1987
Miles de dólares CIF

Manufacturas y semi-manufacturas Importaciones desde ALADI		Manufacturas y semi-manufacturas Importaciones desde resto del mundo	
Colombia	80.814	México	838.631
Argentina	80 688	Brasil	308 831
Ecuador	74 876	Venezuela	307 982
Chile	<u>40 194</u>	Colombia	<u>287 799</u>
4 países	276 672	4 países	1 743 243
Promedio anual		Promedio anual	
Total	390 567	total	2 277 459
Incidencia porcentual	71%	Incidencia porcentual	77%

Fuente: Sobre la base de estadísticas de ALADI.

desde ALADI y México muy poco. Ecuador figura como un comprador importante de manufacturas si bien no lo es en el caso de las importaciones de metales y minerales de procedencia ALADI. La referencia anterior es útil para orientar las estrategias de comercialización regional en que hay que consolidar las relaciones comerciales de estos productos con Colombia, Argentina, Ecuador y Chile, buscando la sustitución, especialmente en las adquisiciones de México, Brasil y Venezuela. A este respecto, podría ya compararse la oferta exportable regional de manufacturas con base minera, con las adquisiciones de manufacturas de los tres países mencionados a fin de identificar, enfrentados ambos antecedentes, los rubros y productos con posibilidades reales de sustitución regional.

- b) Los principales productos transados, tanto en el caso de las importaciones procedentes de países de ALADI como en el de las del resto del mundo, corresponden a manufacturas de base hierro, cobre y aluminio. En torno a ellos se destaca una acentuada concentración, en especial, respecto de las manufacturas de hierro.

Este antecedente orienta el examen de la oferta exportable destinada a lograr la sustitución regional, evaluando en particular la capacidad instalada y utilizada de la industria productora de manufacturas con base hierro, cobre y aluminio. Sólo para entregar un orden de magnitudes, baste decir que en el caso de adquisiciones del resto del mundo, México importa un valor anual promedio de casi US\$700 millones correspondiente a manufacturas con base hierro y Brasil, del orden de US\$260 millones por productos similares.

El cuadro que sigue resume las compras de los principales países mercados, en el caso de adquisiciones desde ALADI y del resto del mundo, señalando el mineral o metal base de las principales manufacturas y semimanufacturas.

Cuadro 4

VALORES DE IMPORTACION
(Miles de dólares CIF)

Comprador	Importaciones Manufacturas y semimanufacturas desde ALADI		Manufacturas y semimanufacturas; base:				
	Totales						
Colombia	80 914	Hierro	45 293	Cobre	20 673	Aluminio	14 192
Argentina	80 688	Hierro	72 933	Aluminio	6 430		
Ecuador	74 876	Hierro	64 242	Cobre	5 439	Aluminio	5 094
Chile	40 194	Hierro	28 534	Aluminio	11 226		

Comprador	Importaciones Manufacturas y semimanufacturas desde resto del mundo total		Manufacturas y semimanufacturas; base:				
México	838 631	Hierro	694 720	Aluminio	90 808	Cobre	38 247
Brasil	308 831	Hierro	259 507	Aluminio	24 220	Cobre	18 254
Venezuela	307 982	Hierro	196 589	Aluminio	75 339	Cobre	29 330
Colombia	287 799	Hierro	266 099	Cobre	11 609		

Fuente: Sobre la base de cifras de la ALADI.

Con las cifras expuestas se concluye pues que las manufacturas y semimanufacturas con base en el hierro, juegan un papel sobresaliente en el comercio de los países de la ALADI y constituyen la base principal para efectos de examinar las posibilidades reales de sustitución regional en vista de una expansión del comercio intrarregional de productos del sector minero.

Con ello, los estudios de la oferta exportable regional y los exámenes sobre comercialización y promoción de exportaciones deben evaluar especialmente las condiciones relativas a las manufacturas a base del hierro y acero. Es útil destacar la diversidad de productos que las componen lo que brinda oportunidades de comercio a todos los países, y dentro de ellos también a las pequeñas y medianas empresas industriales.

En resumen, las características y tipo del comercio regional del sector minero, encuentra posibilidades ciertas de sustitución regional, abierta a todos los países debido a la diversificación de bienes en el caso examinado. Como elemento positivo, se puede mencionar que tales posibilidades permiten el acceso potencial de unidades de producción medianas y pequeñas al comercio intrarregional. Este es un aspecto muy importante de subrayar ya que favorece el desarrollo económico de los países y adiciona la fuerza externa de expansión para impulsar la producción de la mediana y pequeña empresa, a las condiciones internas de los mercados de los países de la ALADI.

La situación comentada requiere llevar a cabo variadas acciones de fomento junto a la creación de mecanismos orientados a fortalecer el comercio intrarregional. Es necesario desarrollar instrumentos promocionales para apoyar la comercialización externa, impulsar la promoción de las exportaciones, elaborar estudios sobre la determinación de la oferta exportable del sector y establecer un sistema de informaciones para divulgar las oportunidades de comercio dentro de la región y de referencias que sirvan a los contratos comerciales.

En otro plano, también hay que examinar el interés por efectuar inversiones conjuntas e identificar posibilidades de integración vertical.

8. El avance del proceso de desarrollo industrial requiere de mercados amplios a fin de alcanzar nuevas etapas en los procesos de producción. Estos se encuentran en el proceso de integración económica regional. Así, la integración se transforma en un elemento dinámico que es preciso fortalecer para que contribuya a apoyar el proceso industrial y el crecimiento económico alcanzando a diversos campos; más allá del comercial, como ser de la inversión, tecnología y empleo.

Desde el punto de vista de la situación regional, el avance industrial y la consiguiente expansión de la exportación intrarregional de manufacturas constituye una sustitución de importaciones que se encuentra apoyada por este mercado ampliado. En esta perspectiva, la sustitución eficiente de importaciones que brinda efectivas oportunidades de comercio regional y la promoción de exportaciones de estos bienes, constituyen un todo integral apareciendo como elementos complementarios de un proceso de expansión del intercambio intrarregional.

Para robustecer en debida forma el crecimiento comercial, se hace necesario coordinar las políticas nacionales de promoción a las exportaciones armonizando los instrumentos de fomento en ciertos casos, y adoptando acciones conjuntas, concertadas, en otros.

Así el mercado regional cobra especial importancia para impulsar el desarrollo de las exportaciones de manufacturas de base minera y por ello debería otorgársele una prioridad especial en las relaciones económicas internacionales de los países latinoamericanos.

9. Es claro que para impulsar en forma importante el comercio intrarregional de manufacturas y semimanufacturas de base minera, junto al comercio de los metales y de los minerales, surgen exigencias derivadas del esfuerzo de expansión de este intercambio comercial. Si bien el comercio global correspondía a US\$1.200 millones en 1987, de los cuales US\$400 millones era el valor de las manufacturas y semimanufacturas, la aspiración de intensificar el intercambio

recíproco obliga a acelerar el ritmo de colocación de ciertas manufacturas en los mercados de la región.

En esta perspectiva, el proceso de desarrollo de las exportaciones de manufacturas y semimanufacturas, necesita contar con financiamientos adecuados y con una efectiva organización para llevar a cabo una comercialización externa que sea exitosa.

En ciertos casos, la financiación debe alcanzar a las etapas de producción y de venta externa de los bienes exigiendo mayores recursos financieros que otras actividades que sólo requieren financiamientos para la etapa de embarque de los bienes. Junto a ello, se plantean exigencias de aval, garantías y seguro de crédito a las exportaciones que es necesario considerar. Las modalidades financieras tienden a sofisticarse en un mundo internacional complejo y altamente competitivo.

Por otra parte, para lograr una inserción favorable en los mercados externos las empresas deben contar con una conveniente organización comercial, que sea moderna y eficiente para desarrollar sus ventas externas.

Como se sabe, varios países de la región no cuentan con sistemas adecuados de comercialización y de financiación para las exportaciones de manufacturas, con lo que sus reales posibilidades de exportación se ven limitadas, en especial en rubros, líneas y productos no tradicionales.

Estos aspectos que se mencionan como exigencias básicas para la expansión del comercio intrarregional conducen a incentivar la creación de sistemas y organizaciones modernas que sean eficaces para lograr el crecimiento indicado. Sólo así podrán los países latinoamericanos aprovechar las oportunidades de sustitución regional en el cuadro del intercambio comercial. Estos elementos constituyen aspectos tan cruciales del proceso de desarrollo de las exportaciones orientado al crecimiento del comercio intrarregional que continuarán examinándose en otras partes de este trabajo.

10. Las oportunidades de sustitución de comercio regional indentificada por las estadísticas que reflejan el cuadro del intercambio comercial actual, y las efectivas posibilidades de impulsar la expansión del comercio debido a las capacidades de

producción y exportación existentes, llevan a concluir la importancia que tendría para la región la existencia de una empresa ad hoc, creada para impulsar en forma permanente el comercio intrarregional sobre bases sólidas de competencia internacional.

Una empresa latinoamericana de promoción y comercialización de productos del sector minero, en el nivel regional, estaría en condiciones de dar un dinamismo a las exportaciones de este sector, en especial a las de manufacturas de base minera favoreciendo el intercambio comercial de la región. Orientada a la promoción de nuevos mercados y al fomento y preparación de la oferta exportable regional del sector podría lograr un proceso de expansión del comercio basado en el incremento real de producción en vista de las oportunidades de sustitución que brindan los países latinoamericanos; y no, en la desviación del actual comercio con los centros industrializados hacia países de la región.

La divulgación de las oportunidades comerciales constituye un elemento importante para el crecimiento comentado de modo que la empresa también podría disponer de un sistema adecuado para su beneficio y para contribuir a apoyar las informaciones nacionales.

Las amplias posibilidades de sustitución ya comentadas, en especial, en el caso de las manufacturas le abre a las medianas y pequeñas empresas un horizonte comercial de interés por la diversidad de productos que abarcan las manufacturas. En este sentido la empresa de comercialización resulta un canal efectivo que ayuda a efectuar las exportaciones de estas unidades de producción en forma más organizada y competente.

En este enfoque se concibe una empresa con una actuación integral cuyo fin principal es la expansión del comercio intrarregional, de modo que considera diversos instrumentos de apoyo para así incorporar todo tipo y tamaño de empresas del sector en un esfuerzo por fortalecer en general al comercio exterior latinoamericano.

III. ACTIVIDADES DE UNA EMPRESA DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS E INSUMOS DEL SECTOR MINERO-METALURGICO LATINOAMERICANO EN LOS CAMPOS DE LA INFORMACION COMERCIAL, FINANCIACION DE EXPORTACIONES, COMERCIALIZACION Y BOLSA DE METALES

Uno de los aspectos que a menudo se menciona como un elemento clave en el acelerado desarrollo económico de los países asiáticos, en particular de Japón y Corea, lo constituyen las empresas de comercialización internacional, del tipo "trading companies" o "sogo sosha". Ellas se han constituido en la organización adecuada para efectuar la comercialización externa y son un reflejo de la prioridad otorgada al sector externo de la economía. Estas empresas transnacionales han contribuido al éxito del modelo asiático de desarrollo posibilitando una intensa penetración de bienes y servicios en los mercados externos. Con ello se ha podido conjugar un planteamiento teórico de crecimiento económico basado en la apertura comercial externa de la economía con una acción práctica de expansión notable de las exportaciones de productos asiáticos, particularmente, manufacturas de tecnología avanzada. En el esquema teórico, la apertura comercial corresponde a dinamizar el comercio exterior, tanto de exportación como de importación, por lo que las políticas nacionales de promoción de exportaciones adoptan mecanismos que favorecen el desarrollo de las exportaciones lo que contribuye a la expansión de la economía toda.

En cambio, los países de América Latina y el Caribe no han sido capaces de estimular la creación o fomentar la aparición de empresas de comercialización internacional, eficientes y de tamaño adecuado a los requerimientos del comercio internacional actual, ni tampoco utilizar sus poderes de compra en favor del desarrollo de las exportaciones regionales. Ni siquiera han establecido arreglos, en conjunto, para impulsar el comercio recíproco entre países

latinoamericanos. En resumen, ha faltado la organización adecuada para asegurar la penetración comercial en los mercados externos, y también la consistencia de políticas de promoción de exportaciones que tomen en cuenta ventajas comparativas dinámicas para acentuar la posición competitiva de los bienes y servicios de la región.

No se han conjugado los planteamientos teóricos en favor de la integración económica regional con mecanismos operativos que la promuevan.

En definitiva, en este aspecto, la situación latinoamericana es disímil respecto del desarrollo asiático en que se armonizan elementos teóricos con viabilidad práctica.

Una empresa de promoción y comercialización como la que se ha propuesto en este trabajo, debería organizarse para abordar actividades en varios campos y en diversas direcciones. Especialmente las funciones correspondientes al campo de la información comercial, de la administración de una posible bolsa de metales, y de acciones de comercialización y financiación de exportaciones.

Como se ha indicado anteriormente, la empresa que se propone crear constituye una respuesta a la necesidad latinoamericana de abordar en forma eficiente y moderna la comercialización externa de productos del sector minero-metalúrgico, intensificando la actual corriente de comercio intrarregional que presenta amplias posibilidades de sustitución por incrementos y diversificación de la producción regional. Teniendo presente las actuales condiciones del comercio internacional se observa que se requiere una empresa eficiente, ágil, competitiva que mantenga una infraestructura moderna adecuada para superar los obstáculos e imperfecciones del sistema comercial que restringen o limitan la expansión de las exportaciones del sector minero-metalúrgico latinoamericano. Es en este sentido que la organización propuesta constituye una respuesta a las necesidades comerciales externas latinoamericanas ya que a la fecha se ha permitido que gran parte del comercio exterior sea operado a través de entidades transnacionales y unidades comerciales ajenas a la región, y a veces con escaso interés en el desarrollo económico de ella.

Los países latinoamericanos presentan así una escasa participación en la comercialización y distribución de sus productos

de exportación. En tanto que se observa una acentuada gravitación de las empresas transnacionales en estos procesos. 8/ Las relaciones anotadas constituyen un agudo contrasentido que es necesario revertir y de este modo alcanzar un esquema normal en que sean los propios países los que graviten en los procesos de comercialización y distribución externa de productos latinoamericanos. Para ello es necesario crear en la región organizaciones como la propuesta a fin de abordar los mercados externos en beneficio del desarrollo económico latinoamericano, sobre la base de informaciones comerciales que contribuyan a obtener el mayor valor de las opciones en el mercado internacional. Al no fomentarse la organización para la exportación, los sectores económicos continuarán traspasando sus productos a agencias comercializadoras sin interés por el desarrollo de la región. O bien, realizando directamente sus exportaciones a través de unidades medianas y pequeñas que tienen escasa gravitación en el comercio mundial.

1. Información Comercial

Varias iniciativas latinoamericanas han tenido como propósito la creación y desarrollo de sistemas de información comercial. A continuación, se enumeran algunos con el propósito de demostrar la preocupación existente en la región por contar con informaciones comerciales, especialmente sobre productos y mercados, a fin de servir a los propósitos de las políticas de promoción de exportaciones y a las decisiones de la comunidad exportadora:

- a) Sistemas nacionales que administran las entidades reponsables de la promoción de las exportaciones, en países de la región.
- (b) Red Andina de Información Comercial (Acuerdo de Cartagena).
- (c) Servicio de Información al Comercio Exterior, de la Organización de Estados Americanos -OEA (SICE).
- (d) ALADI, Boletín de Información Comercial.
- (e) Red de Información Comercial OEA-AICO. (Acuerdo entre la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio AICO y la OEA como proyecto conjunto). Responsable del sistema es la Cámara de Comercio de Bogotá.
- (f) Programa Latinoamericano y del Caribe de Información Comercial y Apoyo al Comercio Exterior.

(g) Sistema Andino de Información Tecnológica (SAIT).

Es claro que la empresa de promoción y comercialización debe aprovechar estas fuentes de información comercial y antecedentes tecnológicos recién señaladas, junto a otras estadísticas diseminadas en la región que informan sobre tópicos específicos que pueden ser de interés para las actividades de la empresa de comercialización externa. Además, la empresa propuesta debe recopilar y elaborar sus propias estadísticas e informaciones comerciales adecuadas a las funciones que debe cumplir. En todo caso, la empresa deberá mantener contacto permanente con las fuentes señaladas y con otros sistemas informativos nacionales, regionales e internacionales que puedan constituir antecedentes primarios para alimentar el sistema de informaciones comerciales que la empresa mantendrá actualizado.

Las fuentes de información descritas se han presentado más bien a título de ejemplo para mostrar que los países latinoamericanos cuentan con varios sistemas puestos a su disposición por organismos y entidades regionales e internacionales que es necesario aprovechar. Por ello se plantea la necesidad de una coordinación con los sistemas de información disponible por parte de la empresa de comercialización para su beneficio.

La mayor cantidad de información económica y comercial junto con los antecedentes específicos de productos y mercados, posibilitan la adopción de decisiones oportunas e integrales que conducen a una comercialización eficaz. Con informaciones más amplias y diversas la decisión consiguiente considera y pondera variados aspectos que componen o condicionan una negociación, sea de tipo comercial o de inversión. No se pueden adoptar decisiones racionales si éstas no se basan en las informaciones comerciales necesarias.

La existencia de sistemas de información adecuados contribuyen pues a fortalecer una participación más efectiva de los países latinoamericanos en el comercio mundial y en las negociaciones económicas internacionales. Por tal razón, también hay que asegurar que la información económica y comercial se proporcione en forma eficiente en cuanto a su oportunidad y vigencia. Parte importante del proceso del sistema de información es la divulgación oportuna y fluida de la información recopilada y elaborada.

En general, los sistemas de información comercial incluyen estadísticas de productos y de mercados correspondientes a series y tendencias, estableciendo las características y condiciones de los mercados. Igualmente, incluyen estudios sobre la identificación de la oferta exportable y perfiles más específicos de mercados externos. También se considera en esta información datos sobre compradores potenciales, normas de comercio exterior, condiciones de calidad, normas de envases, de embalajes y otras similares.

A este respecto, y a fin de entregar algunos antecedentes, se puede indicar que la Red de Información Comercial OEA-AICO incluye datos e informaciones sobre ofertas y demandas que comprenden la descripción del producto y antecedentes sobre la empresa oferente y demandante, como ser nombre, dirección y otros datos, que individualizan la solicitud.

La Red Andina de Información Comercial del Acuerdo de Cartagena, que fue concebida como un instrumento de apoyo para las labores de promoción del comercio, recopila, procesa y difunde información comercial. El sistema informa sobre las oportunidades específicas de comercio, datos de aranceles, estadísticas de comercio exterior por productos, y otros antecedentes. También atiende consultas comerciales referentes a oferta y demanda.

La información comercial de ALADI provee antecedentes sobre oferta y demanda de productos, conteniendo datos sobre el producto, su clasificación arancelaria, nombre y dirección de las empresas interesadas, tiempo de entrega y forma de pago de la operación de comercialización.

Algunos sistemas de información como el Sistema Andino de Información Tecnológica contribuyen a enriquecer la cantidad y la calidad de la información sobre tecnología y capital. Con este sistema se dispone de información sobre inversiones extranjeras; sobre contratos de transferencia de tecnología; sobre patentes, marcas, modelos industriales. Este tipo de antecedentes también resulta de utilidad para los fines de la empresa propuesta de comercialización.

Otros sistemas como el Servicio de Información al Comercio Exterior (SICE), creado por la OEA en 1983 posibilita que los

exportadores consigan un mejor acceso a los mercados externos. El sistema proporciona, a pedido de los interesados, información específica sobre elementos de comercialización, de inversiones, de normas de comercio exterior.

En resumen, los países de la región disponen de variados sistemas de información que la empresa propuesta de comercialización debe aprovechar en beneficio de sus operaciones de comercio exterior, coordinando su acción comercializadora con los organismos nacionales, regionales e internacionales, que proveen las informaciones comerciales. Con ello podrá lograr mejores decisiones para así diseñar un proceso eficaz de comercialización y distribución de productos en diferentes mercados.

Es claro que, en otra perspectiva, la empresa comercial propuesta deberá utilizar los avances tecnológicos ocurridos en el campo de la informática y de las comunicaciones lo que le posibilitará manejar una gran cantidad de datos y antecedentes comerciales, al igual que lo hacen las "tradings", "sogo sosha" y otras grandes empresas comercializadoras que operan en el comercio mundial. Los equipos y sus programas computarizados correspondientes otorgan agilidad y flexibilidad para participar adecuadamente en el comercio internacional. Con el manejo de una gran cantidad de información se pueden evaluar oportunamente las condiciones de los mercados externos y así adoptar las políticas de comercialización que sean más convenientes para lograr el mejor acceso de los productos. Como se sabe, los equipos modernos que sirven a la computación e informática presentan la ventaja de contar con una gran capacidad de almacenamiento de datos. Junto a ello poseen una elevada velocidad de procesamiento. De este modo, constituyen instrumentos útiles para configurar acciones y conductas oportunas en el comercio internacional, teniendo presente la diversidad de información que es necesario manejar para adoptar una decisión sólida en este campo. La capacidad de poder en el caso de la negociación comercial internacional se encuentra vinculada a la disponibilidad de informaciones completas y adecuadas de mercados y productos. Así lo demuestra la práctica de las "tradings" y de las grandes comercializadoras internacionales, sea para orientar su acción

presente o futura, basada en la información operacional, de gestión o predictiva.

2. Comercialización Externa

El sistema comercial internacional vigente se caracteriza por mantener una variedad de imperfecciones que entran y distorsionan el desarrollo del comercio. Ellas se reflejan en la existencia de barreras y restricciones al comercio, de todo tipo, como ser, de carácter arancelario, administrativo, y no arancelario. Para penetrar el sistema comercial y específicamente, lograr el acceso continuo a los mercados externos se requiere de una organización eficaz, de estrategias adecuadas de comercialización y distribución, junto a las tradicionales condiciones de competencia de los productos; esto es, precio, calidad, financiamiento, embalajes y otros.

En el actual contexto comercial la organización para la exportación del tipo "trading" ha probado ser eficaz, sobre la base de contar con una capacidad administrativa eficiente que le otorgue a la empresa la flexibilidad operativa y la agilidad comercial requerida por las características del sistema comercial internacional. Su operación se apoya en el manejo de una gran cantidad de datos y antecedentes comerciales, así como en su enorme capacidad financiera que posibilita la comercialización de grandes volúmenes y diversidad de productos. Con ello se disminuyen los riesgos inherentes a los negocios del comercio exterior.

Este tipo de organización comercial aparece pues como una respuesta adecuada a las necesidades de exportación e importación del sector minero latinoamericano y, también, se encuentra preparada para enfrentar las condiciones restrictivas del comercio internacional vigente lo que para un exportador individual latinoamericano es casi imposible de superar. La empresa constituye un canal de comercialización que puede alcanzar una capacidad de negociación comercial que es requerida para acceder a los mercados externos y que las unidades exportadoras medianas y pequeñas no disponen y difícilmente podrían lograr.

Las empresas mineras y las de producción manufacturera con base minera, especialmente las medianas y pequeñas, que no cuentan con una

adecuada infraestructura comercial para la exportación, podrían entregar sus productos a la empresa propuesta para que ella efectúe su comercialización en el exterior. La empresa podría luego exportar por cuenta de otros.

También podrían venderle directamente sus producciones y la empresa propuesta asumiría el riesgo de las ventas en los mercados externos.

Como otra forma de operaciones a efectuar podría establecerse una relación del tipo intermediario, a fin de que la empresa propuesta contacte a las unidades exportadoras medianas y pequeñas, con nuevos o futuros demandantes de los productos. En este tipo de relaciones comerciales la empresa de comercialización utilizaría su vasta red de informaciones comerciales las que debería mantener actualizadas para operar en forma directa o indirecta, por cuenta propia o ajena. También deberá contar con informaciones sobre la forma de negocios en cuanto a las modalidades de compra de los productos sea en consignación, con mínimo garantizado, en firme, con anticipos, etc.

En definitiva, la empresa propuesta deberá estar preparada para llevar a cabo en forma eficiente las grandes funciones que intervienen en el proceso de comercialización como ser: adquisición, venta, almacenamiento, transporte, graduación, financiamiento, información sobre condiciones de mercado, adopción de riesgo.

Asimismo deberá considerar los canales de distribución más adecuados para lograr el acceso a los mercados externos, y en particular, utilizar intermediarios y agentes de ventas que faciliten las operaciones entre el productor y el consumidor.

Las investigaciones sobre las condiciones de los mercados externos, respecto de los tipos de productos a comercializar y con ello los estudios de la oferta exportable, constituyen materias básicas para diseñar estrategias de comercialización orientadas a robustecer el intercambio intrarregional.

La organización del Departamento de Comercialización, al interior de la estructura de la empresa propuesta, resulta de especial importancia para llevar a cabo funciones de planeamiento, de ventas y de servicios, sea por productos o líneas de productos, en la dimensión funcional o territorial. A este respecto, se estima que las

estrategias de comercialización deberían considerar de un modo prioritario operaciones comerciales que correspondan a modalidades del intercambio compensado, teniendo presente el alivio de divisas que traen consigo las transacciones comerciales de este tipo. Esta forma de comercio contribuye a fortalecer el sector externo de los países de la región por el ahorro de divisas que resulta, más aun, si se considera que la empresa de comercialización tiene en vista impulsar la expansión del intercambio comercial intrarregional.

Hay datos que indican que en el último tiempo se han incrementado de un modo notable las operaciones de comercio compensado dentro del comercio internacional. Hoy en día una proporción importante del comercio mundial se efectúa bajo la forma de intercambio compensado considerando las distintas modalidades que éste adopta. Entre ellas, cabe mencionar: la triangulación, la compensación, el trueque, las compras de contrapartida, el "buy back".

Estas transacciones, que aminoran la utilización de las divisas, se regulan por el compromiso de lograr valores de comercio equivalentes, lo que beneficia a los países de la región mediante el desarrollo del comercio recíproco bajo esta modalidad y refuerza la posición de la empresa comercializadora ya que podría efectuar operaciones de exportación e importación que facilitan la expansión de este tipo de comercio a través de acuerdos entre empresas y entre gobiernos. Así pues, es fácil comprender que en esta perspectiva la empresa propuesta constituye, efectivamente, una respuesta para el desarrollo del comercio latinoamericano de productos mineros.

En resumen, para cumplir con sus funciones y llevar a cabo las operaciones comerciales correspondientes, la empresa de promoción y comercialización propuesta, deberá estar preparada para:

- i) Efectuar acciones de promoción, de venta, de compra, de financiamiento, de control de calidad, de almacenamiento, de transporte, de embalaje, y otras actividades requeridas para el proceso de comercialización y distribución.
- ii) Adquirir productos en el mercado interno y exportar cualquier bien de producción nacional. En general, sin restricciones deberá poder efectuar compras de productos para la exportación.

- iii) Deberá contar con facultades para comercializar y exportar productos por cuenta ajena.
- iv) También deberá tener capacidad para importar y reexportar productos extranjeros, en conformidad con las normas imperantes de comercio exterior. En especial, efectuar importaciones de insumos y bienes de capital para el desarrollo de la actividad minera latinoamericana.
- v) Efectuar exportaciones en consignación.
- vi) Mantener bodegas y espacios para almacenamiento, en el exterior.
- vii) Operar comercialmente con sistemas no convencionales de comercio exterior como ser, comercio compensado en sus varias formas y modalidades: compras de contrapartida, "buy back", trueque, triangulación, "switch".

Otro aspecto relativo a la comercialización que debe preocupar a la empresa propuesta se refiere al fortalecimiento y ampliación del procesamiento regional de los productos mineros. Ello corresponde a una mayor utilización de las capacidades de fundición y refinación en la región lo que resulta de importancia para el desarrollo de los productos manufacturados de base minera, ya que estos procesos influyen en la posición competitiva de los bienes y afecta en definitiva, el acceso de éstos a los mercados externos. 2/

En esta perspectiva, surgen oportunidades de negocios por parte de aquellos países de la región que no cuentan con las infraestructuras de fundición y refinación, en favor de aquellos que disponen de capacidad e infraestructura no utilizada. Así, el examen de las capacidades de producción, refinación, fundición y otras, y su correspondiente divulgación pueden dar lugar a posibilidades ciertas de negocios en rubros y líneas de actividad económica. El contacto estrecho entre empresas del sector minero latinoamericano abren estas perspectivas. En este sentido, la empresa propuesta constituye un instrumento adecuado para fomentar los contactos y entregar las informaciones o planear los negocios sobre la base de intensificar el comercio intrarregional.

Otras materias que la empresa propuesta debe tener en cuenta para efectos de lograr una comercialización eficaz se refieren a la

reducción de gastos por concepto de fletes, seguros y otros similares. Es conveniente, desde otra perspectiva, examinar la situación del transporte a nivel de la región, ya que se pueden encontrar márgenes de sustitución que permitirían a la vez fomentar el intercambio intrarregional.

También la empresa propuesta estará en condiciones de aprovechar su capacidad de adquisición de insumos, equipos y otros elementos que requieran las unidades de producción del sector minero latinoamericano cuyas importaciones se pueden canalizar, en forma organizada, a través de la empresa. Del mismo modo podrá buscar la forma de aprovechar el poder de compra de las empresas estatales de países latinoamericanos para orientar las adquisiciones hacia proveedores de la región que se encuentren en posición competitiva y así, canalizar el comercio resultante por su intermedio.

Así, en el nivel regional la empresa propuesta podrá manejar la demanda y oferta del sector respectivo, propias o de otras entidades, a fin de robustecer el proceso de comercialización y distribución de productos latinoamericanos, en una perspectiva de expansión del comercio intrarregional.

3. Financiamiento de Exportaciones

Una organización comercial de la naturaleza y propósitos como la empresa propuesta en el documento, requiere disponer de una financiación cuantiosa y oportuna para operar en forma fluida en el comercio internacional. El mecanismo de financiación de las exportaciones y también, en ciertos casos, el del seguro de crédito a la exportación, constituyen instrumentos útiles para un manejo operativo eficiente de la empresa.

Varios países latinoamericanos cuentan con sistemas nacionales de financiamiento a las exportaciones que contienen elementos promocionales para apoyar el desarrollo de las exportaciones no tradicionales, en especial, las de las manufacturas. Algunos países también han establecido regímenes de seguro de crédito a las exportaciones. Estos sistemas protegen a las operaciones de ventas externas contra los riesgos comerciales, políticos y catastróficos. Con ello, se pretende aminorar o eliminar el riesgo de no pago de las

operaciones de exportación especialmente las de mediano y largo plazo para así favorecer al exportador.

Los mecanismos señalados forman parte de los incentivos que se consideran en las políticas de promoción a las exportaciones que aplican los países de la región.

Los instrumentos referidos son básicos para formalizar las oportunidades de comercio que se presentan en el cuadro del intercambio regional de modo que será necesario adecuar los mecanismos nacionales de financiación y de seguro a las exportaciones para asegurar el acceso de la empresa a estos sistemas.

Igualmente, en el plano regional, la entidad propuesta deberá considerar los financiamientos que se canalizan a través de los organismos financieros regionales y subregionales; entre ellos, los del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Latinoamericano de Exportación (BLADEX) y la CAF.

También, la empresa de comercialización podrá contar con recursos financieros de fuera de la región, aprovechando las entidades bancarias internacionales, comerciales y gubernamentales, que operan en los países latinoamericanos.

En otro frente, y más adelante, a medida que la empresa se consolide, podrá procurarse recursos financieros externos accediendo a los mercados internacionales de capital, a través de la emisión de valores, pagarés y otros documentos financieros de compromiso de pago aceptados para el endeudamiento externo.

En resumen, existe una disponibilidad amplia de fuentes de recursos financieros a las que podría acceder la empresa para conseguir la financiación de sus operaciones de comercio. Para ello será necesario disponer de una completa información financiera y coordinar acciones con los organismos respectivos para optar así a los créditos según las condiciones y, en otros casos, para impulsar nuevas modalidades crediticias que sirvan a los propósitos de expansión del intercambio comercial intrarregional.

A este respecto es necesario considerar que la financiación del comercio externo que requiere la empresa, debe tener en cuenta la necesidad del financiamiento para cubrir varias etapas o aspectos del proceso de comercialización. Se requerirá la denominada financiación

del "pre embarque"; ésto es, la etapa anterior al embarque, cuyo propósito es financiar los gastos derivados de las operaciones de preparación de los embarques. Se trata, en general, de créditos de corto plazo, inferiores a un año, y que se encuentran contemplados en todos los sistemas nacionales de financiamiento a las exportaciones.

También será necesario considerar financiamientos a mediano y largo plazo, del tipo "post embarque", superiores a un año plazo, correspondientes a las facilidades de pago que se otorgan a los importadores en la comercialización de los bienes. Parte importante del comercio de manufacturas, en particular el de bienes de capital, se efectúa en los mercados internacionales en condiciones de mediano y largo plazo. En este caso los mecanismos de financiación a las exportaciones juegan un papel fundamental para efectuar estas ventas externas. En las operaciones de largo plazo las facilidades financieras constituyen el elemento decisivo para materializar la exportación. Por este motivo la empresa en ciertas oportunidades deberá estar preparada para competir en esta materia con oferentes externos, de fuera de la región, que generalmente cuentan con sistemas de financiamiento a las exportaciones adecuados a las condiciones del mercado internacional. 10/

Es fácil comprender que la empresa propuesta y, en general, los países de la región se ven urgidos a contar con mayores recursos financieros para permitir que la comunidad exportadora pueda colocar los productos latinoamericanos en condiciones de pago similares a las que ofrecen los competidores externos, particularmente los de los centros industrializados. Para la empresa de comercialización este aspecto de las ventas externas reviste una importancia básica ya que la obligará a disponer de montos apreciables de recursos financieros, en fuentes que a veces no consideran condiciones concesionales.

Otro aspecto que es necesario comentar, particularmente, en el caso de las exportaciones a mediano y largo plazo, es el que se refiere al seguro de crédito a la exportación. Estas operaciones corresponden a transacciones comerciales pactadas con pagos diferidos por parte del importador. Por ello se requiere un mecanismo que elimine o aminore situaciones de riesgo del tipo de la mora o de la insolvencia de pago, y así incentivar a los exportadores a efectuar

tales operaciones. Para ello, las políticas de fomento a las exportaciones han promovido la creación y aplicación de sistemas de seguro de crédito a la exportación que protegen a los exportadores en contra de los riesgos políticos extraordinarios, catastróficos y comerciales. 11/ Estos sistemas constituyen un complemento inseparable de la financiación a mediano y largo plazo de las exportaciones. 12/

Además de los tipos de financiamiento señalados, la empresa requerirá contar también con recursos financieros para llevar a cabo actividades de promoción, que son complementarias de la función principal correspondiente al proceso de comercialización externa.

Para tales propósitos es necesario considerar la financiación para:

- i) efectuar estudios de exportación y factibilidad de mercados;
- ii) llevar a cabo campañas publicitarias y de divulgación promocionales;
- iii) envío de muestras al exterior;
- iv) formación de stocks;
- v) instalación de bodegas y elementos de almacenamiento en países de la región y fuera de ella.

También, vinculadas a las funciones que debe cumplir la empresa propuesta, se presentan necesidades de financiamiento para conceder anticipos a productores medianos y pequeños que exportarán a través de la empresa. El financiamiento de activos fijos está estrechamente ligado con la función de comercialización de productos de exportación, sea para propósitos de producción o comercialización.

En otro plano, habría que tener presente las exigencias financieras que podrían derivarse de las operaciones de importación de insumos y de bienes de capital que la empresa llevaría a cabo, en forma organizada, para algunas de las empresas mineras y metalúrgicas asociadas.

Corresponde también en esta parte referirse al sistema de Pagos de Créditos Recíprocos que opera en la ALADI y que facilita el comercio entre países de este esquema de integración mediante la compensación de los pagos del intercambio. Si bien este mecanismo ha presentado logros y resultados positivos, las condiciones del sector

externo latinoamericano y la crisis financiera de la deuda externa, hacen necesario introducir ajustes que contribuyen a fortalecer la expansión de las corrientes comerciales recíprocas. Entre éstos, y teniendo presente las operaciones de comercio compensado que podría impulsar la empresa propuesta, se contempla la creación de documentos financieros de garantías uniformes correspondientes a los saldos acreedores del comercio minero-metalúrgico. Se recomienda el examen de esta materia para que, posteriormente, si corresponde, lograr un Acuerdo de los Bancos Centrales destinado a crear las Garantías Uniformes Mineras (GUM), que representan valores del intercambio compensado en función de los saldos acreedores de éste. El acuerdo contendría las normas para la emisión y aceptación de las garantías y, en general, para regir el desarrollo de su operatoria y administración.

Los documentos financieros emitidos sobre la base indicada, que tendrían aceptación por parte de los países del esquema de integración servirían para ser utilizados en el comercio compensado regional. Presentan la ventaja de lograr un ahorro sustancial de divisas correspondiente a la liquidación de los saldos del referido mecanismo de pagos por el comercio minero.

Es claro que las consideraciones sobre la materia financiera planteadas en relación con las funciones de la empresa propuesta necesitan contar con el sólido apoyo y participación de la banca comercial nacional y regional. También a ella le cabe un papel fundamental en la captación de recursos financieros externos en los mercados internacionales de capital. Por ello sería conveniente que se examinaran modalidades y sistemas de estímulos para lograr la canalización de recursos hacia la región con el propósito de solucionar las exigencias de financiamiento del comercio intrarregional.

Igualmente, la banca comercial juega un rol importante en la concesión de créditos para la exportación y en la apertura de líneas comerciales para operar el comercio exterior.

4. Bolsa Regional de Minerales y Metales

Otra función asignada a la empresa propuesta se refiere a la iniciativa de crear y administrar la Bolsa de Minerales y Metales de

la Región, a fin de obtener una estructura de precios regionales de los productos del sector. Esta relación sería complementaria de la estructura internacional de precios y constituiría una referencia adicional para formalizar los contratos de compra y venta de minerales y de metales.

Las transacciones de bolsa son consideradas parte del proceso de comercialización estimándose que es un perfeccionamiento del referido proceso, de modo que, esta iniciativa es consecuente con las funciones y campo de acción de la empresa propuesta.

Como se sabe, las bolsas juegan un papel importante en la determinación de los precios y luego, en la confección de los contratos que basan sus operaciones en dichos precios. Aun cuando en ciertos casos las transacciones de productos en las bolsas corresponden a una parte pequeña del comercio, las cotizaciones de estas entidades siempre constituyen referencias básicas para negociar volúmenes mayores de mercancías establecidos en los contratos de compra y venta. 13/

También en las Bolsas se acuerdan transacciones de documentos financieros a futuro que complementan las operaciones de físicos.

El propósito principal para crear la Bolsa Regional de Minerales y Metales (BREM) dice relación con el fomento del comercio compensado intrarregional, con una mejor determinación de precios de productos mineros para la región y con un aprovechamiento de las capacidades instaladas desocupadas a fin de agregar valor regional al considerar transacciones de minerales, metales y elaborados con base minera. Algunos de los problemas del desarrollo del sector minero latinoamericano tienen que ver con las situaciones anotadas de modo que la bolsa que se proyecta beneficiará directamente a las unidades de producción minera de la región en el campo de los precios, contratos y ventas externas.

La Bolsa funcionará a través de sus agentes autorizados los que serán designados en el reglamento de funcionamiento de la entidad. En todo caso, entre ellos se contará con representantes de las principales Bolsas Internacionales de Metales.

Para ser miembro de la Bolsa se requiere haber suscrito, por lo menos, una acción de EPROCAMIL de valor de US\$ 1 millón. 14/

En el funcionamiento de la Bolsa habrá que tener en cuenta las rondas de transacciones, el tiempo y horario de ellas y la clase de productos que se transarán. Se estima conveniente considerar la siguiente clasificación para efecto de las transacciones a realizar:

- a) minerales y concentrados
- b) metales fundidos y refinados
- c) productos no metálicos
- d) productos elaborados de base minera y los semielaborados
- e) insumos, equipos y maquinarias utilizadas en el sector minero-metalúrgico.

Para efectos de las transacciones, es recomendable entregar una información mínima correspondiente a la presentación de los productos: descripción; precio; cantidad; fecha y lugar de la entrega; datos del vendedor.

En cuanto al plazo de las operaciones, éstas podrán adoptar la forma de entrega inmediata, entregas de hasta 90 días plazo, entregas de 91 días a 365 días plazo.

Cada agente autorizado deberá comunicar el listado de productos ofrecidos que no pudiesen ser transados en la jornada.

Las transacciones efectuadas y ventas correspondientes se pagarán de preferencia mediante modalidades de comercio compensado o con documentos de valores que faciliten operaciones comerciales de este tipo de intercambio. Esta condición se aplicará cuando las transacciones tengan lugar entre empresas y organismos de la región, participantes en la empresa propuesta. En las transacciones referidas a entidades de terceros países, el pago se efectuará con apertura de acreditivos expresados en dólares americanos o en la moneda convenida en el contrato correspondiente.

Las operaciones que son susceptibles de acogerse a las modalidades del comercio compensado tendrán una forma de pago que se regirá por un acuerdo entre los Bancos Centrales. Por las implicancias monetarias y cambiarias, y en general, por las normas del comercio exterior vigentes en los países latinoamericanos, será necesario que los Bancos Centrales adopten un acuerdo al respecto, el cual perfecciona y flexibiliza el Sistema de Pagos y Créditos Recíprocos.

La operativa de pagos que se propone podría funcionar de la siguiente manera. A la empresa oferente, el Banco Central del país, le pagará el valor de la venta al momento del embarque de la correspondiente mercancía a través de una empresa bancaria interviniente la que abonará en la cuenta del exportador el valor en moneda local al tipo de cambio correspondiente. A su vez, el Banco Central deudor, esto es, el de la empresa importadora, emitirá un documento denominado Garantía Uniforme Minera por el valor expresado en dólares americanos en favor del Banco Central acreedor. El valor respectivo lo pagará el importador al Banco Central en moneda local al tipo de cambio que corresponda por intermedio de un banco comercial interviniente.

Los valores de las Garantías Uniformes Mineras (GUM) podrán ser utilizados para adquirir y pagar bienes y servicios de cualquier sector económico, en cualesquiera de los países participantes en la empresa propuesta. Esta condición presenta la enorme ventaja de disminuir completamente la utilización de divisas convertibles en las transacciones del intercambio regional. Así se promueve en general el comercio recíproco y, en particular, el del sector minero-metalúrgico.

Los documentos con valores de las GUM podrían ser endosables con lo cual su operatoria se agiliza y su papel de impulsor del comercio intrarregional se acentúa. Esta condición también debería considerarse en el posible acuerdo entre Bancos Centrales, que se ha propuesto para regir la operatoria de estos documentos.

IV. ESTATUTOS DE LA EMPRESA DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION
DE PRODUCTOS E INSUMOS DEL SECTOR
MINERO-METALURGICO LATINOAMERICANO

CAPITULO I. CREACION, NOMBRE Y DURACION

Artículo 1. Créase una empresa de promoción y comercialización de productos e insumos del sector minero-metalúrgico latinoamericano. La empresa responderá a la sigla EPROCAMIL.

Artículo 2. La empresa es una entidad con personería jurídica propia, con capacidad de adquirir, poseer y enajenar bienes adecuados para el cumplimiento de sus objetivos, que se regirá por este Estatuto, por las disposiciones legales y reglamentos que le fueren pertinentes y por las normas que se aprueben en el futuro.

Podrá celebrar toda clase de contratos y realizar todas las actividades necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Artículo 3. La empresa tiene duración ilimitada.

CAPITULO II. DEL OBJETIVO

Artículo 4. La empresa es una entidad de promoción y comercialización destinada a fortalecer y ampliar las actividades comerciales y de integración vertical del sector mediante:

a) la compra y venta de productos, insumos y bienes de capital del sector minero-metalúrgico latinoamericano, sea por cuenta propia o ajena y en forma directa o indirectamente.

b) el impulso de los proyectos de integración vertical.

Las actividades de compra y venta las efectuará, preferentemente, en el mercado latinoamericano y del Caribe.

Para lograr su objetivo podrá desarrollar mecanismos propios de su ámbito y celebrar acuerdos con empresas, organismos y gobiernos a fin de intensificar su capacidad y presencia comercial en el ámbito regional.

CAPITULO III. FUNCIONES

Artículo 5. Para el cumplimiento de sus objetivos la empresa EPROCOMIL podrá llevar a cabo cualquier acto relacionado con dichos objetivos y, en especial, los siguientes:

a) promover y facilitar el contacto, entendimiento y la vinculación entre sus miembros y entre éstos y las demás instituciones y empresas nacionales, subregionales y regionales e internacionales, relacionadas con el comercio latinoamericano de productos e insumos mineros metalúrgicos;

b) efectuar, por cuenta propia o ajena, operaciones comerciales que correspondan a nuevas modalidades de comercio internacional, como ser, el de comercio compensado en sus varias formas;

c) establecer, organizar y administrar el funcionamiento de la Bolsa Regional de Minerales y Metales (BREM);

d) fomentar las inversiones regionales e impulsar una mayor integración vertical de las actividades mineras y metalúrgicas.

CAPITULO IV. DE LOS MIEMBROS

Artículo 6. La Empresa tendrá tres calidades de miembros: principales, secundarios y adherentes, según sea la suscripción de acciones del capital que les corresponda.

Artículo 7. Son Miembros Principales de la Empresa, los organismos y las empresas mineras, metalúrgicas e industriales relacionadas de los países participantes de la región que suscriban acciones de la clase "A", mediante las cuales participan, directa o indirectamente, en las operaciones de la empresa, sea porque EPROCOMIL adquiere bienes para ellos o vende productos de ellos.

Artículo 8. Son Miembros Secundarios de la Empresa los organismos financieros nacionales, subregionales y regionales que suscriban acciones clase "B". Tendrán categoría de socios adherentes los organismos mineros y financieros mundiales que podrán suscribir acciones clase "C".

Artículo 9. Para ser Miembro de la Empresa se requiere además que la empresa y organismos correspondientes hayan firmado, sin reserva, el Estatuto, Reglamento y demás instrumentos por los cuales se rige EPROCOMIL.

Artículo 10. Son derechos de los Miembros Principales:

- i) recibir un dividendo preferente de acuerdo con las ganancias o utilidades a distribuir anualmente;
- ii) participar en la elección del Directorio con una votación ponderada según las acciones suscriptas;
- iii) asistir a las reuniones que convoque la empresa, Juntas Ordinarias y Extraordinarias y participar en sus deliberaciones, con derecho a voz y voto;
- iv) participar en los programas de informaciones, de ferias, de oferta exportable, y otros destinados a impulsar el desarrollo del comercio intrarregional.
- v) Participar en forma prioritaria en las operaciones de compra y venta de la empresa.
- vi) Participar a través de sus representantes (uno por Acción A) en las operaciones de la Bolsa Regional de Minerales y Metales, mediante el sistema de mercado compensado.
- vii) Participar en los programas de financiamiento de los proyectos de integración vertical de las actividades minero-metalúrgicas-industriales.

Artículo 11. Son deberes de los Miembros Principales:

- i) suscribir acciones clase "A", siendo el mínimo la suscripción de uno de los 50 cupones en que estaría subdividida cada acción clase "A";
- ii) cumplir las disposiciones del Estatuto, Reglamento y demás normas que rigen la Empresa;
- iii) suministrar, en forma oportuna, las informaciones que solicite la administración de la empresa;
- iv) pagar los aportes especiales que se acuerden en las juntas de accionistas y demás contribuciones aprobadas.

Artículo 12. Los Miembros Secundarios que suscriban acciones clase "B" también tendrán derecho a percibir un dividendo preferencial, de acuerdo con la ganancias y utilidades a distribuir.

Los que suscriban acciones clase "C" percibirán un dividendo que se distribuirá una vez al año, de acuerdo con la aprobación en la Junta Ordinaria de Accionistas.

Artículo 13. Los Miembros Secundarios y Adherentes podrán asistir a las Juntas Ordinarias y Extraordinarias, con derecho a voz y voto, este último de acuerdo a la ponderación de las acciones "B" y "C".

Artículo 14. Los Miembros deberán cumplir la totalidad de sus obligaciones y compromisos financieros con EPROCOMIL en las fechas determinadas por el Directorio o la Administración.

CAPITULO V. DEL DIRECTORIO

Artículo 15. La empresa tendrá un Directorio compuesto por siete miembros titulares que serán elegidos entre los Miembros de la Empresa, según prorrata de las acciones. Cada titular tendrá un suplente que se elegirá en la misma oportunidad.

Los miembros titulares del Directorio elegirán de entre ellos un Presidente que durará dos años en sus funciones y que no podrá ser reelegido en el siguiente período.

Artículo 16. El Directorio se reunirá a petición del Presidente por lo menos una vez en cada trimestre del año.

Artículo 17. Son facultades del Directorio las siguientes:

- a) ejercer las atribuciones y mandatos que le delegue la Junta Ordinaria y/o Extraordinaria;
- b) examinar el programa anual, semestral y trimestral de actividades, el presupuesto correspondiente y los estados financieros;
- c) examinar los proyectos de reglamentos y de trabajos, antes de su presentación a la Junta Ordinaria y/o Extraordinaria;
- d) asesorar a la administración en la marcha y desarrollo de la empresa.

Artículo 18. Las decisiones del Directorio serán tomadas por simple mayoría; los casos de empate serán dirimidos por el voto del Presidente.

CAPITULO VI. DEL CAPITAL

Artículo 19. El capital de EPROCOMIL será de US\$ 100 millones inicialmente, distribuido en acciones clase "A", "B" y "C".

Se emitirán 34 acciones clase "A" de valor de US\$ 1 millón cada una, para ser suscritas y pagadas por los países participantes de la región, a través de los organismos y empresas del sector. Cada una de

las acciones se subdividirán en 50 cupones de US\$ 20.000 a fin de que las entidades puedan adherirse con un cupón como mínimo.

Se emitirán 33 acciones clase "B" de valor de US\$ 1 millón cada una para ser suscritas y pagadas por los organismos financieros nacionales, subregionales y regionales.

Se emitirán 33 acciones clase "C", de valor de US\$ 1 millón, para ser colocadas entre organismos mineros y financieros internacionales o en el mercado internacional de valores.

Artículo 20. La empresa EPROCOMIL podrá emitir nuevas acciones, bajo la forma de emisiones ordinarias y extraordinarias, cuando las circunstancias, a juicio del Directorio, así lo aconsejen.

Artículo 21. Para el funcionamiento financiero de la empresa podrá, en cualquier momento, emitir pagarés, bonos, debentures y otros títulos o valores que permitan la captación de recursos financieros en los mercados de capitales.

CAPITULO VII. DE LA ORGANIZACION Y DEL PERSONAL

Artículo 22. El Directorio elegirá al Gerente General de EPROCOMIL, quién a su vez, elegirá a los otros gerentes.

Artículo 23. El Gerente General propondrá al Directorio una estructura administrativa con la correspondiente descripción de cargos, adecuada a las funciones que debe cumplir la empresa. No obstante, deberá considerarse la siguiente organización y operaciones principales:

ORGANIZACION ADMINISTRATIVA

- a) Gerencia de Estudios y Promociones
- b) Gerencia de Comercialización y Licitaciones
- c) Gerencia Administrativa y Financiera
- d) Fiscalía y Departamento Jurídico

OPERACIONES

i) efectuar estudios de mercado, de comercialización de productos e insumos minero metalúrgicos; preparar estudios de oferta exportable; participar en ferias y exposiciones nacionales, regionales, subregionales e internacionales;

ii) reunir y divulgar sistemáticamente todas las informaciones comerciales y de propuestas privadas y públicas que reflejen oportunidades de comercio o inversión conjunta entre países de la

región que sean útiles a sus fines y al mejor desarrollo de las actividades de sus miembros;

iii) propender a la armonización de las normas, procedimientos, prácticas y condiciones del comercio exterior de la región, de productos e insumos del sector minero-metalúrgico, coordinando acciones con los organismos nacionales, subregionales y regionales de promoción a las exportaciones a fin de fomentar armónicamente el intercambio comercial intrarregional;

iv) alentar y desarrollar entre sus asociados el intercambio comercial y de servicios, promoviendo operaciones mutuas entre miembros o con otras entidades por su intermedio;

v) celebrar, por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, contratos de corto, mediano y largo plazo, en los aspectos comerciales, financieros y de servicios del comercio exterior, como ser de transporte, seguros y otros afines;

vi) participar, directa o indirectamente, en actividades de almacenamiento y depósito de mercaderías;

vii) establecer, organizar y administrar la Bolsa Regional de Minerales y Metales, (BREM), mediante el sistema de mercado compensado en coordinación con los Bancos Centrales de los países participantes de acuerdo con el reglamento que se dictará para su funcionamiento;

viii) registrar los saldos acreedores que resulten de la liquidación periódica del mercado compensado;

ix) registrar las emisiones de las Garantías Uniformes Mineras (GUM) que respalden los saldos acreedores resultantes del comercio compensado;

x) administrar el Fondo Regional de Integración Minera (FRIM) formado principalmente por las GUM que no hubiesen sido utilizadas en el comercio intrarregional de productos e insumos mineros o de productos y servicios de otros sectores;

xi) contratar créditos o empréstitos con organismos financieros nacionales, subregionales, regionales e internacionales, sea para conceder anticipos; financiar inversiones y producciones; financiar la comercialización de productos; formar stocks; conceder créditos, ampliar actividades y, en general, para cumplir con los objetivos de su creación;

xii) auspiciar la coordinación de sus miembros en reuniones, foros, seminarios, nacionales, subregionales, regionales e internacionales, donde se examinen materias de comercio internacional relacionadas con el intercambio comercial de productos e insumos del sector minero-metalúrgico y procurar la adopción de posiciones comunes cuando corresponda.

Artículo 24. El Presidente del Directorio de la Empresa y el Gerente General tendrán la representación judicial y extrajudicial de EPROCOMIL. En todo caso, podrán relegar esta representación.

CAPITULO VIII. DE LAS OFICINAS

Artículo 25. EPROCOMIL establecerá oficinas en ciudades latinoamericanas de concentración del comercio de productos, insumos y maquinaria minera. La empresa tendrá carácter de una entidad multinacional aunque cada oficina se regirá por las normas del país sede para los efectos de su acción operativa. Igualmente podrá tener oficinas de representación fuera de la región.

CAPITULO IX. DE LAS RELACIONES CON OTROS ORGANISMOS

Artículo 26. EPROCOMIL mantendrá relaciones con los organismos nacionales de promoción a las exportaciones, con los organismos regionales y subregionales responsables de la integración económica regional y con entidades nacionales, subregionales y regionales encargadas de promover el desarrollo minero latinoamericano. Con ello se aseguran acciones coordinadas en el campo del intercambio comercial, en especial en el esquema intrarregional, y en general, en lo relativo al desarrollo de las actividades mineras.

Igualmente, la empresa estrechará sus relaciones con organismos financieros, científicos y tecnológicos a fin de disponer de recursos financieros que apoyen sus acciones y de los elementos científicos y tecnológicos que le permitan impulsar una mayor integración vertical de las actividades mineras en la región, un mayor procesamiento regional y el aumento de inversiones conjuntas latinoamericanas.

Notas

1/ El escalonamiento arancelario, los recargos variables, los derechos compensatorios, las barreras no arancelarias y otras medidas forman parte de un instrumental proteccionista cada vez más sofisticado e integral.

2/ Si bien los países de la región han ajustado varios mecanismos para fortalecer el sector externo, la verdad es que lo han efectuado de un modo parcial y fragmentario. No obstante, hay características que se destacan: Brasil ha puesto el énfasis en el proceso de promoción de las exportaciones. Chile en una política cambiaria realista como único instrumento principal. Colombia, Perú y Argentina han planteado nuevas modalidades del intercambio comercial, como el comercio compensado, y han llegado a reglamentarlo. Argentina y Brasil han enfatizado el mercado regional y sus respectivos presidentes en 1986 suscribieron un Acta que establece un Programa de Integración y Cooperación Económica.

3/ CEPAL, "Elementos para una Nueva Estrategia de América Latina y El Caribe en la Negociación Internacional de los Productos Básicos". LC/R.589, junio de 1987.

4/ CEPAL, "Políticas de Promoción de Exportaciones en Algunos Países de América Latina", Estudios e Informes de la CEPAL, N°55, LC/G.1370, noviembre de 1985.

5/ CEPAL, "Elementos para una Nueva Estrategia de América Latina y El Caribe en la Negociación Internacional de los Productos Básicos", LC/R.589, junio de 1987.

6/ El comercio exterior de este sector de la economía perteneciente a los países de la ALADI constituye la casi totalidad del latinoamericano.

7/ Una gran parte de los países latinoamericanos cuenta con mecanismos de promoción de exportaciones para apoyar las exportaciones no tradicionales, en especial las de manufacturas.

8/ CEPAL, "Comercialización y Estructura de los Mercados de Productos Básicos de América Latina y El Caribe". LC/R.508, julio de 1986.

9/ Aspectos similares se examinan en la publicación de la CEPAL, "Procesamiento local de los productos básicos latinoamericanos", LC/R.505. Santiago de Chile, junio de 1986.

10/ Estos aspectos y otros similares del financiamiento a las exportaciones se tratan en CEPAL, "Notas sobre diversos aspectos de la financiación de las exportaciones". Santiago de Chile, mayo de 1984.

11/ CEPAL, "Notas sobre diversos aspectos de la financiación de las exportaciones". Santiago de Chile, mayo de 1984.

12/ Siete países latinoamericanos disponen de sistemas de seguro de crédito a la exportación. Véase CEPAL, "La financiación de las exportaciones en América Latina: los sistemas promocionales de financiamiento y seguro de crédito a la exportación a nivel nacional.

subregional y regional". Santiago de Chile, septiembre de 1984.

13/ Existen dos Bolsas principales para las transacciones de metales: London Metal Exchange (LME) y Commodity Exchange of New York (COMEX).

14/ Un capítulo especial de este documento se refiere a los estatutos de la empresa propuesta y allí figuran los valores y condiciones de compra de las acciones.